

法政大学学術機関リポジトリ
HOSEI UNIVERSITY REPOSITORY

ソーシャル・イノベーションの普及理論の構築

| | |
|-----|---|
| 著者 | 土肥 将敦 |
| ページ | 1-4 |
| 発行年 | 2017-06-09 |
| URL | http://hdl.handle.net/10114/00021486 |

様 式 C - 1 9、F - 1 9 - 1、Z - 1 9 （共通）

科学研究費助成事業

研究成果報告書



平成 2 9 年 6 月 9 日現在

機関番号：3 2 6 7 5

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2014～2016

課題番号：2 6 3 8 0 4 6 7

研究課題名（和文）ソーシャル・イノベーションの普及理論の構築

研究課題名（英文）Diffusion Process of Social Innovation

研究代表者

土肥 将敦（DOI, Masaatsu）

法政大学・現代福祉学部・教授

研究者番号：5 0 4 3 3 1 5 7

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,800,000 円

研究成果の概要（和文）：本研究で調査したビジネスモデルは、当初から出来上がっていたのではなく、実際に事業活動を遂行する中で少しずつ洗練させていったものであった。ソーシャル・イノベーションのプロセスは、必ずしもリニア（線形的な）ものになるとは限らない。フローレンスのケースが示しているのは、当初は赤字経営が当たり前とさえ言われた病児保育事業分野において、行きつ戻りつの試行錯誤を経て、現在のように採算のとれるビジネスモデルが構築されたということである。ソーシャル・イノベーションの実現プロセスは、リカーシブな（再帰的な）側面を有するものであった。

研究成果の概要（英文）：Social business model was not complete at the beginning. Instead, it was refined little by little through the practice of business activities. The social innovation process does not always take a linear pattern. The case of Florence shows that the profit-making business model as seen today was constructed through a process of back-and-forth efforts of trial-and-error in the field of sick-child care, where operating in a deficit was once said to be inevitable. In other words, the case shows that the process by which Florence realized social had a recursive nature.

研究分野：経営学

キーワード：ソーシャル・イノベーション ソーシャル・ビジネス

1. 研究開始当初の背景

近年、ソーシャル・イノベーションという用語は、組織経営分野のみならず都市開発 (MacCallum et al. 2009) や、デザインの分野 (van Abel et al. 2011) においても頻繁に用いられており、その定義も論者によってさまざまに行われている。本研究では、ソーシャル・イノベーションを「社会的課題の解決に取り組むビジネスを通して、新しい社会的価値を創出し、経済的・社会的成果をもたらす革新」(谷本他, 2013) と定義する。この定義の特徴は、4 つのポイントがあり、第 1 に社会的課題の解決を目指したものであること。第 2 に、社会的課題の解決に対してビジネスの手法を用いること。第 3 に、最終的な成果として経済的成果と社会的成果の双方を求めていること。第 4 に、新しい社会的価値を創出するということ、である。こうしたビジネスの手法を活用したソーシャル・イノベーション研究は緒に就いたばかりである。ビジネスのイノベーション研究には膨大な蓄積がなされる一方で、ソーシャル・イノベーションの創出や普及にかかわる研究はまだ少なく、とくにソーシャル・イノベーションの普及にかかわる理論構築が求められている。ただし、経済的成果を追求する一般のビジネス・イノベーションと、社会的成果、社会的価値の創出をも求めるソーシャル・イノベーションはまったく同じメカニズムから説明されるわけではない。ソーシャル・アントレプレナーの掲げる社会的ミッションに共感・共鳴し、さまざまな経緯を経てかわってくるステイクホルダーとのオープンな関係性を丁寧に紡ぎだすことにより、社会的課題の解決とビジネスの成功が両立可能となるのである。

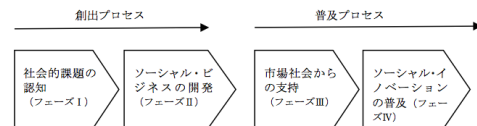
2. 研究の目的

本研究の目的は、「社会的課題の解決に取り組むビジネスを通して、新しい社会的価値を創出し、経済的・社会的成果をもたらす革新」を意味する「ソーシャル・イノベーション」が、どのような主体によって、どのようなパターンを経て特定の国や地域から他地域に広がり、最終的な帰結としての社会的価値の実現が達成されるのかについて明らかにすることである。図 1 に示す通り、ソーシャル・イノベーションの実現プロセスは、創出プロセスと普及プロセスに大別することができ、このうち普及プロセスは「市場社会からの支持」フェーズと、「ソーシャル・イノベーションの普及」フェーズで構成されており、市場社会からどのような論理で新しいソーシャル・ビジネスが受容され支持されていくのか、そしてそのようにして新しい社会的価値が受け入れられ、社会が変革されていくのかについて考察していくことが求められている。

ビジネスモデルの普及については、既存研究で指摘されているソーシャル・エンタプ

イズの複製モデルや、既存のイノベーションの普及研究を参考にしながら、ソーシャル・イノベーション固有の普及パターンを明らかにしていく。

図 1 ソーシャル・イノベーションのプロセス



出所：谷本他 (2013)

3. 研究の方法

本研究では、ソーシャル・イノベーションやオープン・デザインに関連する既存研究のサーベイを実施するとともに、対象とするソーシャル・イノベーションの普及事例へのインタビュー調査を行った。とくに「ソーシャル・イノベーションは、どのように支持されて広がり、どのように社会が変革されていくのか」というリサーチ・クエスチョンを基本としながら、この問いを洗練させていく形で調査を進めていった。2 年目から 3 年目にかけては、前年度の成果を活かして、病児保育事業を手掛ける NPO 法人フローレンスによる他地域展開 (合同会社西友などとの協働事例含む、東京 23 区、浦安市、横浜市、武蔵野市、川口市などへの展開) をソーシャル・イノベーションの調査対象として複数のインタビューイーに対してインタビュー調査を実施した。本研究の目的のためには、詳細な事例分析が必要となるため、広範囲なインタビューと資料分析を中心とするフィールド調査を通じた記述的手法による定性的な分析を行った。こうした手法を採用した背景には、既存のビジネス・イノベーションの理論の検証に終始することなく、ソーシャル・イノベーションにかかる新しい現象の一側面を発見したり、実証データを読み取ったりすることにより、新たな理論構築を目指すためである。データ源としては、公刊された資料、内部記録文書、インタビューデータ、現場での観察データ等を主として用いた分析を行った。

4. 研究成果

本研究の主要な研究結果は、大きく下記の 2 点に集約することができる。

第 1 に、本研究で調査対象としたフローレンスのビジネスモデルは、当初から出来上がっていたものではなく、実際に事業活動を展開する中で少しずつ洗練されたものであった。ソーシャル・イノベーションの実現のプロセスは、必ずしもわれわれが提示する 4 つのフェーズに即してリニア (線形的) に進む訳ではなく、行きつ戻りつという試行錯誤

のプロセスを経て完成されるものであった。フローレンスにおいて、現在のような採算性のあるビジネスモデルが構築されたのは、事業開始後に複数の外部ステイクホルダーからのアドバイスによる本質的な改革と微修正などを繰り返した結果である。本研究からみえるソーシャル・イノベーションの実現プロセスは、リカーシブな（再帰的な）側面を有するものであった。

第2に、新たな社会的価値の創造という点においては、本研究の場合、フローレンスがこれまでの「看護をベースとする施設型病児保育」から「保育をベースとする訪問型病児保育」という価値転換を行ったことが指摘できる。「訪問型」病児保育事業を成立は、伝統的な施設型の病児保育の考え方との相克のみならず、病児保育そのものに対する社会全体の価値観（例：どんな時でも子どもは親がみるべきである、子どもが病気の時くらいは会社を休んで親が看なくてはならない等）との闘いでもある。そして、社会全体に「新しい働き方」そのものを提示し、働きかけているとも言える。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕（計 2 件）

土肥将敦、「ソーシャル・ビジネスにおける組織戦略：「選択」と「認証」をめぐる考察」、企業と社会フォーラム第5号：起業家精神とサステナブル・イノベーション、査読無し、2016、pp19-36.

味水佑毅・土肥将敦、「「宅急便1個につき10円の寄附」への消費者支持の獲得の構造」、日本物流学会第23号、査読有り、2015、pp135-142.

〔学会発表〕（計 6 件）

土肥将敦「ステイクホルダー志向の企業観の再構築-B Corp ムーブメントの検証」社会・経済システム学会第35回全国大会、2016年10月29日、和歌山大学（和歌山県和歌山市）

Masaatsu Doi, Risks and Opportunities in Japan: Local Communities Confronting Demographic Change and Climate Change Social Innovation and Sick Childcare in Japan: A Case of Florence, Deutsches Institut für Japanstudien. (Tokyo, chiyoda-ku) 2015.Nov.12

土肥将敦「社会的に責任ある事業と組織形態」、企業と社会フォーラム年次大会、

早稲田大学（東京都新宿区）2015年9月10日

土肥将敦「ソーシャル・イノベーションとデザイン思考」社会・経済システム学会 第33回全国大会、京都大学（京都府京都市）2014年10月24日

土肥将敦・味水佑毅「ソーシャル・イノベーションの普及プロセスとその評価」、企業と社会フォーラム第4回年次大会、早稲田大学（東京都新宿区）2014年9月18日

味水佑毅・土肥将敦「ソーシャル・イノベーションの実現に向けた消費者からの支持の獲得」日本計画行政学会第37回全国大会、一橋大学（東京都国立市）2014年9月12日

〔図書〕（計 2 件）

谷本寛治編（2015）『ソーシャル・ビジネス・ケース：少子高齢化時代のソーシャル・イノベーション』中央経済社、316（pp.1-95（1-2章））.

鈴木良隆編（2014）『ソーシャル・エンタプライズ論』有斐閣、302（pp63-83（4章） pp107-133（6章））.

〔産業財産権〕

出願状況（計0件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況（計0件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等
www.doimasaatsu.com

6. 研究組織

(1) 研究代表者

土肥 将敦（DOI, Masaatsu）

法政大学・現代福祉学部・教授
研究者番号：5 0 4 3 3 1 5 7

(2)研究分担者
()

研究者番号：

(3)連携研究者
()

研究者番号：

(4)研究協力者
()